

## **Секция «Теория, история и методология перевода»**

### **адаптация при переводе фильмов и их названий**

***Аванесян Вероника Артуровна***

*Студент*

*Костромской государственной университет имени Н.А. Некрасова, Институт  
иностранных языков, Кострома, Россия*

*E-mail: superbia16@hotmail.com*

Цель нашей работы- показать приемы адаптации для достижения более качественного и точного перевода названий американских кинофильмов, а также выявить его особенности. Методами исследования являются аналитический обзор и анализ научной литературы по проблемам и особенностям перевода содержания устной речи и названий фильмов.

Фильм - термин, охватывающий кинофильмы как область, в общем, так же как отдельные проекты. Фильм, как полагают многие, представляет собой важную художественную форму; фильмы обучают, развлекают, вдохновляют аудиторию и просвещают. Визуальные элементы кинофильма не нуждаются в каком-либо переводе, они дают фильму универсальную власть коммуникации.

Иногда перед переводчиком становится задача не только перевести, но и обработать текст. Адаптация представляет собой создание такого текста, который читатель сможет воспринять, не прибегая к посторонней помощи. Адаптация прежде всего заключается в упрощении текста, как формальном, так и содержательном. Как правило, специальная лексика (термины, сложная тематическая лексика) заменяется при переводе на общеязыковую, нормативную, или, по крайней мере, объясняется переводчиком внутри текста или в примечаниях. Упрощаются сложные синтаксические структуры, уменьшается объем предложения.

Будучи частью текста, связанной со всеми остальными его составляющими, название играет особую роль, которая заключается в том, что оно является первым элементом произведения, с которым сталкивается читатель или зритель. Это обуславливает задачи и функции, которые название выполняет в тексте. Выдвижение на первый план той или иной функции зависит во многом от функционального стиля и жанра произведения. Следовательно, изучить их можно, обратившись к функциональной стилистике и особенностям каждого функционального стиля.

Одной из главных функций названий кинофильмов является рекламная. Большую роль в привлечении внимания зрителя играют различные тропы и стилистические фигуры, используемые в названии с этой целью. Они реорганизуют семантическое пространство языка и, снимая в нем границы между реальным и возможным, создают основу для глубинного постижения реальности особым, «новым» способом.

Если говорить о функциях названий художественных кинофильмов, можно отметить, что основными в данном случае будут являться номинативная функция (название является «именем» текста, его наименованием), информативная функция, рекламная функция, которую можно объединить с экспрессивно-апеллятивной, а также изобразительно- декоративная функция, которая подразумевает оформление рекламной афиши и упаковки кассеты или диска с целью привлечения внимания зрителя.

В зависимости от соотношения основного текста и названия, последнее может создавать один из трех стилистических эффектов: оправданного, обманутого или усиленного ожидания.

В работе рассматриваются англоязычные названия кинофильмов и их соответствия в русском языке, поэтому важно учитывать не только особенности названий, но и механизмы их перевода.

Среди направлений, которые представляют интерес для дальнейших научных исследований, можно отметить комплексное описание названий кинофильмов с учетом жанровой специфики (в частности, комедий, мелодрам, боевиков и др.). Большой интерес представляет изучение и сопоставление названий кинофильмов, выпускаемых в различных странах и, следовательно, на различных языках. Это позволит выявить лингвокультурологические особенности национальных концептуальных картин мира и специфику восприятия и репрезентации названий носителями разных языков, а также обосновать некоторые закономерности построения названий в различных культурах. В качестве еще одной перспективы исследования может выступать сопоставительное изучение самих текстов кинофильмов и выявление особенностей их структурирования, построения и перевода на другой язык.

### **Литература**

1. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. - М. : Прогресс, 1990. - С. 5-32.
2. Виноградов В. В. Исследования по русской грамматике. Избранные труды / В. В. Виноградов. - М.: Наука, 1975. - 559 с.
3. Каменская, О. Л. Текст и коммуникация / О. Л. Каменская. — М. : Высшая школа, 1990. - 152 с.
4. Скребнев, Ю. М. Основы стилистики английского языка : учебник. - М.: Изд-во АСТ : Изд-во Астрель, 2000. - 224 с.